

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Sebelumnya

Pada dasarnya penelitian ini mengacu pada penelitian yang telah dilakukan oleh penelitian Chan et al. (2002), Yuniasih, dkk. (2012), Marfuah dan Andri (2014), Mispiyanti (2015), dan Hartati, dkk. (2015). Pada penelitian ini, peneliti mencoba untuk menguji kembali pengaruh pajak, *tunneling incentive*, *exchange rate*, dan mekanisme bonus terhadap keputusan *transfer pricing* yang dilakukan oleh perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Penelitian ini dilakukan karena berdasarkan penelitian sebelumnya, masih menunjukkan bahwa pajak, *exchange rate*, dan mekanisme bonus tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap keputusan *transfer pricing*, sedangkan hanya *tunneling incentive* yang memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan *transfer pricing*.

Penelitian ini merupakan gabungan dari beberapa penelitian-penelitian sebelumnya. Perbedaan penelitian ini dengan sebelumnya, dapat dilihat dari sampel yang digunakan dan tahun pengujian yang berbeda. Secara ringkas, penelitian yang telah dilakukan mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan *transfer pricing* disajikan pada tabel di bawah ini :

Tabel 2.1
Daftar Penelitian Terdahulu

Tahun Penelitian	Judul Penelitian	Nama Peneliti	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
2002	<i>Effects of Exchange Rates On International Transfer Pricing Decisions</i>	Canri Chan, Steven P. Landry, and Terrance Jalbert	<p>Populasi penelitian : Mahasiswa sarjana bisnis dari salah satu universitas di Hongkong dan orang-orang profesional min 1,5 tahun pengalaman kerja sebagai supervisor atau manajer</p> <p>Variabel penelitian : Y = <i>Transfer pricing</i> X₁ = <i>Exchange Rates</i> X₂ = <i>Incentive Compensation</i></p> <p>Alat Statistik : Uji Ancova</p>	<p><i>Exchange rates</i> berpengaruh signifikan terhadap keputusan <i>transfer pricing</i> pada α 0,05 (p = 0,000) dan <i>Incentive Compensation</i> juga berpengaruh signifikan terhadap keputusan <i>transfer pricing</i> pada α 0,05 (p = 0,024)</p>
2012	Pengaruh pajak dan tunneling incentive pada keputusan transfer pricing perusahaan manufaktur yang listing di Bursa Efek Indonesia	Ni Wayan Yuniasih, Ni Ketut Rasmini, dan Made Gede Wirakusuma	<p>Populasi penelitian : Perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2008-2010</p> <p>Variabel penelitian : Y = <i>Transfer pricing</i> X₁ = Pajak X₂ = <i>Tunneling incentive</i></p> <p>Alat Statistik : Analisis regresi logistik</p>	<p>Pajak dan <i>tunneling incentive</i> berpengaruh signifikan pada keputusan <i>transfer pricing</i>. Ini dapat dilihat dari tingkat signifikansi masing-masing sebesar 0,039 dan 0,030 yang lebih kecil dari 0,05</p>

2014	Pengaruh pajak, <i>tunneling incentive</i> dan <i>exchange rate</i> pada keputusan <i>transfer pricing</i> perusahaan	Marfuah dan Andri Puren Noor Azizah	<p>Populasi penelitian : Seluruh perusahaan yang terdaftar di BEI tahun 2010-2012</p> <p>Variabel penelitian : $Y = \text{Transfer pricing}$ $X_1 = \text{Pajak}$ $X_2 = \text{Tunneling incentive}$ $X_3 = \text{Exchange rate}$ </p> <p>Alat Statistik : Analisis regresi logistik</p>	<p>1. Pajak berpengaruh signifikan terhadap keputusan <i>transfer pricing</i> perusahaan dengan besarnya dengan nilai sig-Wald sebesar 0,011</p> <p>2. <i>Tunneling incentive</i> berpengaruh terhadap keputusan <i>transfer pricing</i> dengan besarnya dengan nilai sig-Wald sebesar 0,044</p> <p>3. <i>Exchange rate</i> tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan <i>transfer pricing</i> dengan nilai sig-Wald sebesar 0,234</p>
------	---	-------------------------------------	---	---

2015	<i>Tax minimization, tunneling incentive</i> dan mekanisme bonus terhadap keputusan transfer pricing seluruh perusahaan yang <i>listing</i> di Bursa Efek Indonesia	Winda Hartati, Desmiyawati, dan Julita	<p>Populasi penelitian : Seluruh perusahaan yang terdaftar di BEI tahun 2012, kecuali perusahaan yang bergerak di bidang keuangan</p> <p>Variabel penelitian : Y = <i>Transfer pricing</i> X₁ = <i>Tax minimization</i> X₂ = <i>Tunneling incentive</i> X₃ = Mekanisme bonus</p> <p>Alat Statistik : Analisis regresi logistik</p>	<i>Tax minimization, tunneling incentive</i> dan mekanisme bonus berpengaruh signifikan terhadap keputusan <i>transfer pricing</i> . Ini dapat dilihat dari tingkat signifikansi <i>tax minimization</i> sebesar 0,001, <i>tunneling incentive</i> sebesar 0,002 dan mekanisme bonus sebesar 0,002 yang lebih kecil dari 0,05
2015	Pengaruh pajak, <i>tunneling incentive</i> dan mekanisme bonus terhadap keputusan <i>transfer pricing</i>	Mispiyanti	<p>Populasi penelitian : Perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2010-2013</p> <p>Variabel penelitian : Y = <i>Transfer pricing</i> X₁ = Pajak X₂ = Mekanisme bonus X₃ = <i>Tunneling incentive</i></p> <p>Alat Statistik: Analisis regresi logistik</p>	1. Pajak dan mekanisme bonus tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan <i>transfer pricing</i> . Ini dapat dilihat dari tingkat signifikansi masing-masing sebesar 0,093 dan 0,999 yang lebih besar dari 0,05

				2. <i>Tunneling incentive</i> berpengaruh signifikan terhadap keputusan <i>transfer pricing</i> dengan signifikansi sebesar 0,027 lebih kecil dari 0,05
--	--	--	--	---

2.2 Landasan Teori

2.2.1 Teori Agensi (*Agency Theory*)

Teori agensi adalah teori yang muncul ketika ada dua pihak yang saling terikat, dimana kedua belah pihak sepakat untuk memakai jasa. Hubungan keagenan adalah sebagai kontrak, dimana satu atau beberapa orang (*principal*) mempekerjakan orang atau pihak lain (agen) untuk melaksanakan sejumlah jasa dan mendelegasikan wewenang untuk mengambil keputusan. Dari sini dapat diketahui bahwa manajemen wajib mempertanggungjawabkan semua keputusan terhadap pengguna laporan keuangan, termasuk investor, *stakeholders*, pemegang saham, dan kreditor. Menurut Dermawan (2008) yang dimaksud dengan teori keagenan adalah suatu teori yang menyebutkan bahwa ada perbedaan kepentingan antara pemilik (pemegang saham), direksi (profesional perusahaan) dan karyawan perusahaan, dan kemudian akan menimbulkan pertentangan antara kepentingan individu dengan kepentingan perusahaan.

Masalah keagenan muncul dikarenakan tindakan oportunistik yang dilakukan manajer selaku *agent* yaitu tindakan manajemen untuk mensejahterakan kepentingan sendiri yang berlawanan dengan kepentingan pemegang saham (*principal*). Beberapa faktor yang menyebabkan munculnya masalah keagenan (Colgan, 2001), yaitu:

1. Moral Hazard

Hal ini umumnya terjadi pada perusahaan besar (kompleksitas yang tinggi) dimana seorang manajer melakukan kegiatan yang tidak seluruhnya diketahui oleh pemegang saham maupun pemberi pinjaman. Manajer dapat melakukan tindakan di luar pengetahuan pemegang saham yang melanggar kontrak dan sebenarnya secara etika atau norma mungkin tidak layak dilakukan.

2. Penahanan Laba (*Earnings Retention*)

Masalah ini berkisar pada kecenderungan untuk melakukan investasi yang berlebihan oleh pihak manajemen (agen) melalui peningkatan dan pertumbuhan dengan tujuan untuk memperbesar kekuasaan, prestise, atau penghargaan bagi dirinya, namun dapat menghancurkan kesejahteraan pemegang saham.

3. Horison Waktu

Konflik ini muncul sebagai akibat dari kondisi arus kas, dengan mana *principal* lebih menekankan pada arus kas untuk masa depan yang kondisinya belum pasti, sedangkan manajemen cenderung menekankan kepada hal-hal yang berkaitan dengan pekerjaan mereka.

4. Penghindaran Risiko Manajerial

Masalah ini muncul ketika ada batasan diversifikasi portofolio yang berhubungan dengan pendapatan manajerial atas kinerja yang dicapainya, sehingga manajer akan berusaha meminimalkan risiko saham perusahaan dari keputusan investasi yang meningkatkan risikonya. Misalnya manajemen lebih senang dengan pendanaan ekuitas dan berusaha menghindari peminjaman utang, karena mengalami kebangkrutan atau kegagalan.

Dapat disimpulkan bahwa timbulnya masalah-masalah keagenan terjadi karena terdapat pihak-pihak yang memiliki perbedaan kepentingan namun saling bekerja sama dalam pembagian tugas yang berbeda. Konflik keagenan dapat merugikan pihak *principal* (pemilik) karena pemilik tidak terlibat langsung dalam pengelolaan perusahaan sehingga tidak memiliki akses untuk mendapatkan informasi yang memadai. Selain itu, manajemen selaku agen diberikan wewenang untuk mengelola aktiva perusahaan sehingga mempunyai insentif melakukan *transfer pricing* dengan tujuan untuk menurunkan pajak yang harus dibayar.

2.2.2 Teori Akuntansi Positif

Watts dan Zimmerman (1990) dalam jurnalnya *Positive Accounting Theory* menyebutkan Teori Akuntansi Positif dapat menjelaskan mengapa kebijakan akuntansi menjadi suatu masalah bagi perusahaan dan pihak-pihak yang berkepentingan dengan laporan keuangan, dan untuk memprediksi kebijakan akuntansi yang hendak dipilih oleh perusahaan dalam kondisi tertentu. Teori akuntansi positif mengusulkan tiga hipotesis manajemen laba, yaitu: (1) hipotesis

program bonus (*the bonus plan hypothesis*), (2) hipotesis perjanjian hutang (*the debt covenant hypothesis*), dan (3) hipotesis biaya politik (*the political cost hypothesis*).

Hipotesis tersebut dijelaskan sebagai berikut:

1. Hipotesis Rencana Bonus (*the bonus plan hypothesis*)

Hipotesis ini menjelaskan bahwa para manajer perusahaan dengan rencana bonus cenderung untuk memilih prosedur akuntansi dengan perubahan laba yang dilaporkan dari periode masa depan ke periode masa kini. Para manajer menginginkan imbalan yang tinggi dalam setiap periode. Jika imbalan mereka bergantung pada bonus yang dilaporkan pada pendapatan bersih, maka kemungkinan mereka bisa meningkatkan bonus mereka pada periode tersebut dengan melaporkan pendapatan bersih setinggi mungkin. Salah satu cara untuk melakukan ini adalah dengan memilih kebijakan akuntansi yang meningkatkan laba yang dilaporkan pada periode tersebut. Tentu saja, sesuai dengan karakter dari proses akrual, hal ini akan cenderung menyebabkan penurunan pada laba dan bonus-bonus yang dilaporkan pada masa yang akan datang, dengan faktor-faktor lain tetap sama. Namun nilai masa kini (*present value*) dari kegunaan manajer dari lini bonus masa depan yang dimilikinya akan meningkat dengan memberikan perubahan menuju masa kini.

Dapat disimpulkan Manajer perusahaan dengan bonus tertentu cenderung lebih menyukai metode yang meningkatkan laba periode berjalan. Pilihan tersebut diharapkan dapat meningkatkan nilai sekarang

bonus yang akan diterima seandainya komite kompensasi dari dewan direktur tidak menyesuaikan dengan metode yang dipilih.

2. Hipotesis Kontrak Hutang (*the debt covenant hypothesis*)

Dalam hipotesis ini semua hal lain dalam keadaan tetap, makin dekat suatu perusahaan terhadap pelanggaran pada akuntansi yang didasarkan pada kesepakatan utang, maka kecenderungannya adalah semakin besar kemungkinan manajer perusahaan memilih prosedur akuntansi dengan perubahan laba yang dilaporkan dari periode masa depan ke periode masa kini. Alasannya adalah laba yang dilaporkan yang makin meningkat akan menurunkan kelalaian teknis. Sebagian besar dari perjanjian hutang berisi kesepakatan bahwa pemberi pinjaman harus bertemu selama masa perjanjian. Sebagai contoh, perusahaan yang mendapat pinjaman boleh sepakat memelihara level tertentu dari hutang terhadap harta, laporan bunga, modal kerja, dan harta pemilik saham. Jika kesepakatan semacam itu dikhianati, perjanjian hutang tersebut bisa memberikan/mengeluarkan penalti, seperti pembatasan dividen atau tambahan pinjaman. Dengan jelas, prospek dari pelanggaran kesepakatan membatasi kegiatan perusahaan dalam operasional perusahaan itu sendiri. Untuk mencegah, atau paling tidak menunda, pelanggaran semacam itu, perusahaan bisa memilih kebijakan akuntansi tertentu yang bisa meningkatkan laba masa kini. Berdasarkan hipotesis kesepakatan hutang, ketika perusahaan mendekati kelalaian, atau memang sudah berada dalam lalai/cacat, lebih cenderung untuk melakukan hal ini.

3. Hipotesis biaya politik (*the political cost hypothesis*)

Dalam hipotesis ini semua hal lain dalam keadaan tetap, makin besar biaya politik yang mesti ditanggung oleh perusahaan, manajer cenderung lebih memilih prosedur akuntansi yang menyerah pada laba yang dilaporkan dari masa sekarang menuju masa depan. Hipotesis biaya politik memperkenalkan suatu dimensi politik pada pemilihan kebijakan akuntansi. Perusahaan-perusahaan yang ukurannya sangat besar mungkin dikenakan standar kinerja yang lebih tinggi, dengan penghargaan terhadap tanggung jawab lingkungan, hanya karena mereka merasa bahwa mereka besar dan berkuasa. Jika perusahaan besar juga memiliki kemampuan meraih profit yang tinggi, maka biaya politik bisa diperbesar. Perusahaan-perusahaan juga mungkin akan menghadapi biaya politik pada poin-poin waktu tertentu. Persaingan luar negeri mungkin mengarah pada menurunnya profitabilitas kecuali perusahaan yang terkena dampaknya ini bisa mempengaruhi proses politik untuk bisa melindungi impor secara keseluruhan. Salah satu cara untuk melakukan ini adalah dengan mengadopsi kebijakan akuntansi *income-decreasing* (pendapatan menurun) dalam rangka meyakinkan pemerintah bahwa profit sedang turun.

2.2.3 *Tax Minimization*

Praktik *transfer pricing* ini pada awalnya dilakukan oleh perusahaan semata-mata hanya untuk menilai kinerja antar anggota atau divisi perusahaan, tetapi seiring dengan perkembangan zaman, praktik *transfer pricing* sering juga dipakai untuk

manajemen pajak yaitu sebuah usaha untuk meminimalkan jumlah pajak yang harus dibayar (Harimurti, 2007).

Menurut Suandy (2011;76) *Transfer Pricing* dapat terjadi baik antar-Wajib Pajak dalam negeri maupun antar-Wajib Pajak dalam negeri dengan pihak luar negeri, terutama yang berkedudukan di negara-negara dengan beban pajak rendah. Terhadap transaksi antara Wajib Pajak yang mempunyai hubungan istimewa, Undang-Undang perpajakan Indonesia menganut asas material (*substance over form rule*). Hubungan istimewa tersebut dapat mengakibatkan kekuranganwajaran harga, biaya, atau imbalan lain yang direalisasikan dalam suatu transaksi usaha. *Transfer Pricing* dapat mengakibatkan terjadinya penggalian penghasilan atau dasar pengenaan pajak dan/atau biaya, dari satu Wajib Pajak ke Wajib Pajak lainnya, yang dapat direkayasa untuk menekan keseluruhan jumlah pajak terutang atas Wajib Pajak yang mempunyai tujuan istimewa baik nasional maupun multinasional.

Melalui praktik *transfer pricing*, *tax minimization* dilakukan dengan cara mengalihkan penghasilan serta biaya suatu perusahaan yang mempunyai hubungan istimewa kepada perusahaan di negara lain yang tarif pajaknya berbeda. Modus *transfer pricing* dilakukan dengan cara merekayasa pembebanan harga transaksi antar perusahaan yang mempunyai hubungan istimewa, dengan tujuan untuk meminimalkan beban pajak terutang secara keseluruhan (Rahayu, 2010;64).

Peraturan tentang *transfer pricing* secara umum diatur dalam Pasal 18 Undang-Undang Nomor 36 Tahun 2008 tentang Pajak Penghasilan. Aturan lebih lanjut dan detail tentang *transfer pricing* termuat dalam Peraturan Dirjen Pajak

Nomor 43 Tahun 2010 yang diubah dengan Peraturan Dirjen Pajak Nomor 32 Tahun 2011 tentang Penerapan Prinsip Kewajaran dan Kelaziman Usaha dalam Transaksi Antara Wajib Pajak dengan Pihak yang Mempunyai Hubungan Istimewa. Peraturan pajak berkaitan dengan transaksi dengan pihak yang mempunyai hubungan istimewa:

1. *Transfer pricing* yang dilakukan oleh wajib pajak sesuai dengan prinsip kewajaran (*arm's length principle*)
2. Metodologi *transfer pricing* yang digunakan oleh wajib pajak sesuai dengan peraturan yang berlaku dan praktik usaha yang lazim yang tidak dipengaruhi hubungan istimewa
3. Wajib pajak yang bersangkutan dan perusahaan afiliasinya telah membayar pajak sesuai dengan proporsi fungsinya dalam transaksi
4. Mendokumentasikan penerapan prinsip kewajaran dan kelaziman usaha, dalam penentuan harga transaksinya. Untuk itu wajib pajak yang melakukan transaksi afiliasi wajib menyiapkan dokumentasi yang memadai untuk membuktikan bahwa *transfer pricing* yang dilakukan telah sesuai dengan *arm's length principle* (membuat *TP Documentation*).

2.2.4 Tunneling Incentive

Istilah “*tunneling*” pertama kali didefinisikan menurut La Porta et al., (2000), *tunneling* datang dalam dua bentuk. Pertama, pemegang saham pengendali hanya dapat mentransfer sumber daya dari perusahaan untuk kepentingan sendiri melalui transaksi *self-dealing*. Kedua, pemegang saham pengendali dapat meningkatkan kepemilikan perusahaannya tanpa mentransfer aset apapun, yaitu melalui *dilutive*

share issues, freezeouts minority, insider trading, creeping acquisitions, atau transaksi keuangan lainnya yang mendiskriminasi kelompok minoritas.

Struktur Kepemilikan mencerminkan jenis konflik keagenan yang terjadi. Ada 2 macam struktur kepemilikan, yaitu struktur kepemilikan tersebar dan struktur kepemilikan terkonsentrasi (Mutamimah, 2008). Pada Struktur kepemilikan tersebar mempunyai ciri bahwa manajemen perusahaan dikontrol oleh manajer. Manajer lebih mengutamakan kepentingannya dibanding kepentingan pemegang saham. Dalam struktur kepemilikan ini, pemegang saham secara umum tidak bersedia melakukan monitoring, karena mereka harus menanggung seluruh biaya monitoring dan hanya menikmati keuntungan sesuai dengan proporsi kepemilikan saham mereka. Pada struktur kepemilikan terkonsentrasi, kepemilikannya terkonsentrasi pada hak kontrol dan hak arus kas di pihak tertentu (keluarga, pemerintah atau lainnya) sebagai pemegang saham pengendali. Sehingga kenaikan hak arus kas di tangan seorang pemegang saham pengendali dapat menyebabkan insentif keuangan naik. Kenaikan hak arus kas ini akan memotivasi pemegang saham pengendali untuk menyelaraskan kepentingannya (efek *alignment*) dengan perusahaan atau pemegang saham non pengendali. Namun ketika pemegang saham pengendali meningkatkan pengendaliannya melalui struktur piramida atau *cross shareholding* dengan tetap mempertahankan jumlah kepemilikan yang rendah, maka pemegang saham pengendali akan termotivasi untuk melakukan ekspropriasi terhadap perusahaan (efek *entrenchment*).

Salah satu cara yang biasa digunakan oleh pemegang saham pengendali untuk melakukan ekspropriasi adalah melalui transaksi pihak berelasi. Ekspropriasi

(*expropriation*) adalah proses penggunaan kontrol untuk memaksimalkan kesejahteraan sendiri dengan distribusi kekayaan dari pihak lain (Claessens et al., 2000). Cara yang dapat dilakukan dalam praktik ekspropriasi misalnya pemegang saham pengendali berusaha untuk memperkaya dirinya sendiri dengan tidak membayarkan deviden kepada pemegang saham minoritas, mentransfer keuntungan ke perusahaan lain yang juga berada dibawah kendalinya dan juga melakukan transaksi penjualan dan pembelian dengan pihak berelasi.

Transaksi pihak berelasi kemungkinan besar digunakan sebagai tunneling, karena harga transaksi terhadap pihak-pihak berelasi ini dapat berbeda dengan transaksi pihak independen. Transaksi pihak berelasi tersebut dapat berupa penjualan atau pembelian yang digunakan untuk mentransfer kas atau aset lancar lain keluar dari perusahaan melalui penentuan harga yang tidak wajar untuk kepentingan pemegang saham pengendali. Hal ini didukung oleh Claessens et al., (1999) yang menemukan bahwa lemahnya perlindungan hak-hak pemegang saham minoritas, mendorong pemegang saham mayoritas untuk melakukan *tunneling* yang merugikan pemegang saham minoritas.

2.2.5 Exchange Rate

Pengertian *exchange rate* menurut FASB adalah rasio antara suatu unit mata uang dengan sejumlah mata uang lain yang bisa ditukar pada waktu tertentu (Sartono, 2001). Perusahaan yang hanya beroperasi di negaranya, maka hanya satu jenis mata uang yang digunakan dan masalah nilai tukar tidak pernah ada, sedangkan bila perusahaan mulai beroperasi dalam lingkungan internasional, maka perusahaan tersebut akan membutuhkan mata uang asing. Mata uang asing ini dapat

dipertukarkan dengan mata uang domestik dengan menggunakan kurs tukar/nilai tukar (*exchange rate*).

Sebagian besar perusahaan multinasional meminta pertukaran satu valuta dengan valuta yang lain untuk melakukan pembayaran, karena nilai tukar valuta yang terus-menerus berfluktuasi, jumlah kas yang dibutuhkan untuk melakukan pembayaran juga tidak pasti. Konsekuensinya adalah jumlah unit valuta negara asal yang dibutuhkan untuk membayar bahan baku dari luar negeri bisa berubah-ubah walaupun pemasoknya tidak merubah harga. Fluktuasi kurs tukar menambah ketidakpastian terhadap operasi perusahaan dalam arena internasional (Hansen dan Mowen, 2000).

2.2.6 Mekanisme Bonus

Mekanisme Bonus adalah kebijakan dan prosedur untuk memberikan kompensasi bagi direksi, mencakup pemberian bonus yang didasarkan pada pencapaian tujuan-tujuan kinerja untuk suatu periode (Blocher, 2007;581). Dalam menjalankan tugasnya, para direksi cenderung ingin menunjukkan kinerja yang baik kepada pemilik perusahaan, karena apabila pemilik perusahaan atau para pemegang saham sudah menilai kinerja para direksi dengan penilaian yang baik, maka pemilik perusahaan akan memberikan penghargaan kepada direksi yang telah mengelola perusahaannya dengan baik. Penghargaan itu dapat berupa bonus yang diberikan kepada direksi perusahaan.

Dalam memberikan bonus kepada direksi, pemilik perusahaan akan melihat kinerja para direksi dalam mengelola perusahaannya. Pemilik perusahaan dalam menilai kinerja para direksi biasanya melihat laba perusahaan secara

keseluruhan yang dihasilkan. Jadi pemilik tidak hanya memberikan bonus kepada direksi yang berhasil menghasilkan laba untuk divisi atau subunitnya, namun juga kepada direksi yang bersedia bekerjasama demi kebaikan dan keuntungan perusahaan secara keseluruhan. Hal ini didukung oleh pendapat Horngren (2008: 429), yang menyebutkan bahwa kompensasi direksi dilihat dari kinerja berbagai divisi atau tim dalam satu organisasi. Semakin besar laba perusahaan secara keseluruhan yang dihasilkan, maka semakin baik citra para direksi dimata pemilik perusahaan. Oleh sebab itu, direksi memiliki kemungkinan untuk melakukan segala cara untuk memaksimalkan laba perusahaan termasuk melakukan praktik *transfer pricing*.

Mengingat bahwa pemberian bonus didasarkan pada besarnya laba, maka adalah logis jika direksi berusaha melakukan tindakan mengatur dan memanipulasi laba demi memaksimalkan bonus dan remunerasi yang mereka terima. Jadi, dapat disimpulkan bahwa mekanisme bonus merupakan salah satu strategi atau motif perhitungan dalam akuntansi yang tujuannya adalah untuk memaksimalkan penerimaan kompensasi oleh direksi atau manajemen dengan cara meningkatkan laba perusahaan secara keseluruhan. Namun, sebagai akibat dari adanya praktik *transfer pricing*, maka tidak menutup kemungkinan akan terjadi kerugian pada salah satu divisi atau subunit.

2.2.7 Afiliasi

Afiliasi adalah bentuk suatu hubungan antara dua atau lebih perseroan yang didasarkan pada kepemilikan saham. Perseroan yang menguasai mayoritas saham voting berhak melakukan kontrol terhadap perseroan lainnya dan dikenal dengan

sebutan perusahaan induk, sedangkan perusahaan yang dikontrol atau yang memiliki sebagian kecil saham voting disebut dengan perusahaan anak (Judisseno, 2005;185).

Pengertian mengenai hubungan istimewa menurut Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK No.7) adalah sebagai berikut:

(a) perusahaan yang melalui satu atau lebih perantara (intermediaries), mengendalikan, atau dikendalikan oleh, atau berada di bawah pengendalian bersama, dengan perusahaan pelapor (termasuk holding companies, subsidiaries dan fellow subsidiaries); (b) perusahaan asosiasi (associated company); (c) perorangan yang memiliki, baik secara langsung maupun tidak langsung, suatu kepentingan hak suara di perusahaan pelapor yang berpengaruh secara signifikan, dan anggota keluarga dekat dari perorangan tersebut (yang dimaksudkan dengan anggota keluarga dekat adalah mereka yang dapat diharapkan mempengaruhi atau dipengaruhi perorangan tersebut dalam transaksinya dengan perusahaan pelapor); (d) karyawan kunci, yaitu orang-orang yang mempunyai wewenang dan tanggung jawab untuk merencanakan, memimpin dan mengendalikan kegiatan perusahaan pelapor yang meliputi anggota dewan komisaris, direksi dan manajer dari perusahaan serta anggota keluarga dekat orang-orang tersebut; (e) perusahaan di mana suatu kepentingan substansial dalam hak suara dimiliki baik secara langsung maupun tidak langsung oleh setiap orang yang diuraikan dalam (c) atau; (d) setiap orang tersebut mempunyai pengaruh signifikan atas perusahaan tersebut, Ini mencakup perusahaan-perusahaan yang dimiliki anggota dewan komisaris, direksi

atau pemegang saham utama dari perusahaan pelapor dan perusahaan-perusahaan yang mempunyai anggota manajemen kunci yang sama dengan perusahaan pelapor.

Pengertian hubungan istimewa menurut Undang-Undang Pajak Penghasilan No. 36 Tahun 2008 (UU PPh) adalah: “Hubungan istimewa dianggap ada apabila: (a) Wajib Pajak mempunyai penyertaan modal langsung atau tidak langsung paling rendah 25% (dua puluh lima persen) pada Wajib Pajak lain, atau hubungan antara Wajib Pajak dengan penyertaan paling rendah 25% (dua puluh lima persen) pada dua Wajib Pajak atau lebih, demikian pula hubungan antara dua Wajib Pajak atau lebih yang disebut terakhir; atau (b) Wajib Pajak menguasai Wajib Pajak lainnya atau dua atau lebih Wajib Pajak berada di bawah penguasaan yang sama baik langsung maupun tidak langsung; atau (c) terdapat hubungan keluarga baik sedarah maupun semenda dalam garis keturunan lurus dan atau ke samping satu derajat”.

2.2.8 *Transfer Pricing*

Harga transfer dalam bahasa Inggris berasal dari kata *transfer price*, yang sering diartikan sebagai nilai yang melekat pada pengalihan barang dan jasa dalam suatu transaksi antar pihak hubungan istimewa. Menurut Horngren (2008: 375), yang dimaksud dengan *transfer pricing* adalah harga yang dibebankan satu subunit untuk suatu produk atau jasa yang dipasok ke subunit yang lain dalam organisasi yang sama.

Dalam konteks praktik penghindaran pajak maka modus *transfer pricing* yakni dengan merekayasa pembebanan harga transaksi antara perusahaan-perusahaan yang mempunyai hubungan istimewa dalam rangka meminimalkan

beban pajak yang terutang secara keseluruhan atas grup perusahaan (Rahayu, 2010). *Transfer pricing* dapat terjadi dalam satu grup perusahaan dan antar perusahaan yang terikat dalam hubungan istimewa.

Jadi, dari paparan di atas dapat disimpulkan bahwa yang dimaksud *transfer pricing* adalah harga yang terkandung pada setiap produk atau jasa dari satu divisi ke divisi lain dalam perusahaan yang sama, atau antar perusahaan yang mempunyai hubungan istimewa. Transaksi *transfer pricing* dapat terjadi pada divisi-divisi dalam satu perusahaan, antar perusahaan lokal, atau perusahaan lokal dengan perusahaan yang ada di luar negeri.

2.3 Hipotesis

2.3.1 Pengaruh *Tax Minimization* Terhadap Keputusan *Transfer Pricing*

Salah satu alasan perusahaan melakukan *transfer pricing* adalah pajak. Biasanya perusahaan menghindari pembayaran pajak yang sangat tinggi. Perusahaan melaporkan laba lebih rendah pada laporan keuangannya, salah satu cara yang dipraktikkan oleh perusahaan untuk menurunkan laba adalah *transfer pricing*. Perusahaan seharusnya menggunakan prinsip harga wajar untuk mengurangi kewajiban pajak, tetapi perusahaan lebih banyak menggunakan *transfer pricing*. Gusnardi (2009), menyebutkan bahwa perusahaan multinasional melakukan *transfer pricing* untuk meminimalkan kewajiban pajak perusahaan secara global.

Hartati, dkk. (2015), mengungkapkan bahwa pajak berpengaruh positif pada keputusan perusahaan untuk melakukan *transfer pricing*. Beban pajak yang semakin besar memicu perusahaan untuk melakukan *transfer pricing* dengan harapan dapat menekan beban tersebut. Karena dalam praktik bisnis, umumnya

pengusaha mengidentikkan pembayaran pajak sebagai beban sehingga akan senantiasa berusaha untuk meminimalkan beban tersebut guna mengoptimalkan laba. Berdasarkan rumusan di atas maka hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H_1 : *Tax minimization* berpengaruh terhadap keputusan *transfer pricing*.

2.3.2 Pengaruh *Tunneling Incentive* Terhadap Keputusan *Transfer Pricing*

Tunneling incentive atau insentif terowongan merupakan terowongan atau jalan bawah tanah, yaitu suatu pihak (*controlling shareholder*) akan mencari jalan untuk menyalurkan “sesuatu manfaat” tanpa diketahui atau disadari oleh pihak lain (*minority shareholders*). Oleh sebab itu, istilah *tunneling* dipakai dalam konteks pengambilan manfaat atau keuntungan dari perusahaan oleh *controlling shareholder*, yang merugikan kepentingan *minority shareholders*, biasanya terjadi pada perusahaan terbuka/publik (Claessens et al., 2002).

Yuniasih, dkk. (2012) juga menemukan bahwa *tunneling incentive* berpengaruh positif pada keputusan perusahaan untuk melakukan *transfer pricing*. Hal ini dikarenakan transaksi pihak terkait lebih umum digunakan untuk tujuan transfer kekayaan daripada pembayaran dividen karena perusahaan yang terdaftar harus mendistribusikan dividen kepada perusahaan induk dan pemegang saham minoritas lainnya.

Secara sederhana jika pemilik saham mempunyai kepemilikan yang besar, dengan kata lain mereka telah menanamkan modal yang juga besar ke dalam perusahaan tersebut, maka otomatis mereka juga menginginkan pengembalian atau dividen yang besar pula. Untuk itu ketika dividen yang dibagikan perusahaan

tersebut harus dibagi dengan pemilik saham minoritas, maka pemilik saham mayoritas lebih memilih untuk melakukan *transfer pricing* dengan cara mentransfer kekayaan perusahaan untuk kepentingannya sendiri dari pada membagi dividennya kepada pemilik saham minoritas. Oleh sebab itu, semakin besar kepemilikan pemegang saham maka akan semakin memicu terjadinya praktik *transfer pricing*.

Berdasarkan rumusan di atas maka hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H₂ : *Tunneling incentive* berpengaruh terhadap keputusan *transfer pricing*.

2.3.3 Pengaruh *Exchange Rate* Terhadap Keputusan *Transfer Pricing*

Exchange rate memiliki dua efek akuntansi, yaitu untuk memasukkan transaksi mata uang asing dan pengungkapan keuntungan dan/atau kerugian yang dapat mempengaruhi keuntungan perusahaan secara keseluruhan. Akibatnya, perusahaan multinasional mungkin mencoba untuk mengurangi risiko nilai tukar (*exchange rate*) mata uang asing dengan memindahkan dana ke mata uang yang kuat melalui *transfer pricing* untuk memaksimalkan keuntungan perusahaan secara keseluruhan (Chan, et al., 2002). Seperti dalam penelitian Chan, et al. (2002) menemukan bahwa individu mengurangi risiko nilai tukar *foreign currency* dengan memindahkan dana ke mata uang yang kuat melalui *transfer pricing* untuk memaksimalkan keuntungan perusahaan secara keseluruhan. Berdasarkan rumusan di atas maka hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H₃ : *Exchange rate* berpengaruh terhadap keputusan *transfer pricing* perusahaan.

2.3.4 Pengaruh Mekanisme Bonus Terhadap Keputusan *Transfer Pricing*

Menurut Suryatiningsih, dkk. (2009), mekanisme bonus adalah komponen penghitungan besarnya jumlah bonus yang diberikan oleh pemilik perusahaan atau para pemegang saham melalui RUPS kepada anggota direksi yang dianggap mempunyai kinerja baik. Perusahaan biasanya menggunakan bonus untuk meningkatkan kinerja karyawan, sehingga laba yang dihasilkan setiap tahunnya menjadi semakin tinggi. Sebagian perusahaan menggunakan mekanisme bonus dan beberapa perusahaan tidak menerapkan praktik ini. Manajer perusahaan pada dasarnya menginginkan bonus yang besar dari perusahaan, salah satu caranya dengan mengubah laba yang dilaporkan.

Menurut Watts dan Zimmerman (1990) dalam *the bonus plan hypothesis*, para manajer perusahaan dengan rencana bonus cenderung untuk memilih prosedur akuntansi dengan perubahan laba yang dilaporkan dari periode masa depan ke periode masa kini. Jika imbalan mereka bergantung pada bonus yang dilaporkan pada laba bersih, maka kemungkinan mereka bisa meningkatkan bonus mereka pada periode tersebut dengan melaporkan laba bersih setinggi mungkin. Salah satu cara untuk melakukan ini adalah dengan memilih kebijakan akuntansi yang meningkatkan laba yang dilaporkan pada periode tersebut yaitu dengan cara *transfer pricing*. Hal ini didukung oleh Hartati, dkk. (2015) dalam penelitiannya juga menyatakan bahwa pemilik perusahaan akan melihat laba perusahaan yang dihasilkan secara keseluruhan sebagai penilaian untuk kinerja para direksinya sehingga para direksi akan berusaha semaksimal mungkin agar laba perusahaan

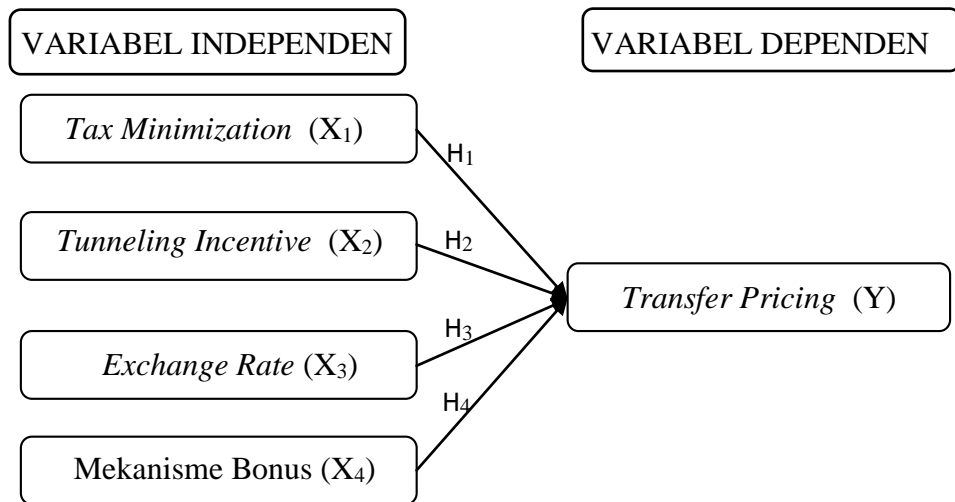
secara keseluruhan mengalami peningkatan termasuk dengan cara melakukan praktik *transfer pricing*.

Dapat disimpulkan Manajer perusahaan dengan bonus tertentu cenderung lebih menyukai metode yang meningkatkan laba periode berjalan. Pilihan tersebut diharapkan dapat meningkatkan nilai sekarang bonus yang akan diterima seandainya komite kompensasi dari dewan direktur tidak menyesuaikan dengan metode yang dipilih. Berdasar teori diatas dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H₄ : Mekanisme bonus berpengaruh pada keputusan *transfer pricing*.

2.4 Kerangka Konseptual

Berdasarkan permasalahan, tujuan penelitian, dan hasil penelitian sebelumnya serta landasan teori yang telah dikemukakan maka sebagai dasar untuk merumuskan hipotesis berikut disajikan kerangka konseptual yang dituangkan dalam model penelitian pada gambar 2.1. Kerangka konseptual tersebut menunjukkan variabel independen yaitu *tax minimization*, *tunneling incentive*, *exchange rate*, serta mekanisme bonus yang diperkirakan memiliki pengaruh positif terhadap variabel dependen yaitu *transfer pricing* yang nantinya akan berguna sebagai bahan pertimbangan otoritas fiskal untuk meningkatkan penerimaan pajak.



Gambar 2.1
Kerangka Konseptual